

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
LEONARDO BIASI LOCATELLI

**ESTUDO DE VIABILIDADE PARA ABERTURA DE UMA EMPRESA
DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS**

CURITIBA
2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
LEONARDO BIASI LOCATELLI

**ESTUDO DE VIABILIDADE PARA ABERTURA DE UMA EMPRESA
DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS**

Monografia apresentada ao Departamento de Contabilidade, do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, como requisito para a obtenção do título de especialista em Gestão de Negócios.

Prof. Orientador: MSc. Luiz Carlos de Souza

CURITIBA
2016

RESUMO

O presente estudo se propõe a iniciar a análise da viabilidade econômica de uma distribuidora de bebidas, cujo produto será especificamente a cerveja e que terá como mercado de atuação algumas cidades localizadas no estado do Paraná.

O processo de constituição formal dessa empresa, a projeção de vendas e de receitas assim como o levantamento de seus custos fixos (manutenção da empresa em funcionamento) e variáveis (impostos e frete, basicamente) serão apresentados detalhadamente ao longo deste trabalho.

Ainda como parte dessa análise, serão apresentados alguns conceitos necessários para a verificação da viabilidade econômica do empreendimento que possibilitarão a elaboração e análise de uma demonstração do resultado do exercício (DRE) gerencial e um balanço patrimonial. Por serem de fundamental importância aos sócios, investidores e administradores, alguns índices econômicos de análise também serão apresentados.

Por fim, após o levantamento de todas as variáveis que deverão ser levadas em consideração para que se possa assertivamente definir pela viabilidade econômica do negócio proposto, serão apresentadas as conclusões do estudo.

Palavras-chave: Estudo. Distribuidora de bebidas. Viabilidade. Empreendedorismo.

ABSTRACT

This study aims to start the analysis of the economic feasibility of a wholesale alcoholic beverages business, which would have beer as its specific selling product and some cities of Parana State as its market of operation.

The formal establishment process of the company, the estimation of its sells and revenues as well as its operational costs (regarding the day to day maintenance of the company) and its variable costs (taxes and shipping, basically) will be presented in details along this academic work.

Yet as part of this analysis, it will be presented some necessary concepts to the verification of the enterprise's economic feasibility which will allow the elaboration and analysis of a managerial income statement and a balance sheet. Once they are especially important to the partners, investors and managers, some analytic economic indicators shall be also presented.

At last, after the definition of all necessary variables which shall be taken into account in order to assertively state the economic feasibility of the proposed business, it will be presented the final considerations of the study.

Keywords: Study. Wholesale alcoholic beverages business. Economic Feasibility. Entrepreneurship.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
1.1 CONTEXTO E PROBLEMA	7
1.2 OBJETIVOS	7
1.3 JUSTIFICATIVA	8
1.4 METODOLOGIA.....	8
1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	9
2 CONSTITUIÇÃO FORMAL DA EMPRESA	10
2.1 TIPOS JURÍDICOS DE EMPRESA.....	10
2.2 CONTRATO SOCIAL	12
2.2.1 Preâmbulo	13
2.2.2 Clausulas obrigatórias	14
2.3 CONSULTA PRÉVIA DE LOCALIZAÇÃO – CPL (CONSULTA COMERCIAL)...	14
2.4 DOCUMENTO BÁSICO DE ENTRADA (DBE).....	15
3 DETALHAMENTO DO NEGÓCIO	16
3.1 REGIÃO GEOGRÁFICA DE ATUAÇÃO	16
3.1.1 Cidade-sede	16
3.1.2 Demais cidades de atuação	16
3.2 PROJEÇÃO DE VENDAS	18
3.3 PROJEÇÃO DE FATURAMENTO	21
4 VERIFICAÇÃO DA VIABILIDADE ECONÔMICA	22
4.1 DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	22
4.2 ATIVO IMOBILIZADO.....	22
4.3 PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO DE VENDAS (PMRV).....	23
4.4 ESTIMATIVA DO CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA	24
4.5 PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO DE COMPRAS (PMPC).....	25
4.6 DEPESAS FIXAS	26
4.7 DESPESAS VARIÁVEIS	27
4.7.1 ICMS	27
4.7.2 PIS e COFINS	28
4.7.3 IRPJ e CSLL.....	30

4.7.4 Frete	32
4.8 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO GERENCIAL (DRE)	32
4.9 BALANÇO PATRIMONIAL	35
4.10 NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO	37
4.11 ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO	37
5 ÍNDICES ECONÔMICO-FINANCEIROS DE ANÁLISE	40
5.1 INDICADORES DE LIQUIDEZ	40
5.1.1 Liquidez Corrente	40
5.1.2 Liquidez Geral	40
5.2 INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO	41
5.2.1 Relação Capital de Terceiros sobre Patrimônio Líquido	41
5.3 INDICADORES DE RENTABILIDADE	41
5.3.1 Lucratividade (rentabilidade) das vendas	42
5.3.2 Taxa de Retorno Sobre o Investimento (ROI)	42
6 CONCLUSÕES	44
REFERÊNCIAS	45
ANEXOS	48

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTO E PROBLEMA

O mercado de bebidas no Brasil sempre se demonstrou muito interessante, economicamente falando, por conta da enorme quantidade de consumidores que o país possui. Características culturais do povo brasileiro, assim como o clima da maior parte deste gigantesco território, contribuíram para que no ano de 2012 - por exemplo - tenham sido produzidos 14,22 bilhões de litros cerveja e 17,54 bilhões de litros de refrigerantes (CERVIERI JR et al., 201?).

O consumo de cerveja, bebida que será estudada em específico, vem subindo ano a ano, entre 3 e 4%. Mesmo em tempos de crise, em que atualmente o Brasil atravessa, no ano de 2015 ocorreu uma diminuição praticamente insignificante na quantidade de litros de cerveja produzidos no país (CASA DA MOEDA DO BRASIL, 2016), comparando esse setor com os demais setores do varejo no Brasil.

Considerando estes dados, que apresentam uma visível e constante evolução deste mercado, ao indivíduo com características mais voltadas ao empreendedorismo pode surgir a seguinte questão: uma distribuidora de cervejas, com sede em Curitiba/PR, é economicamente viável?

1.2 OBJETIVOS

O objetivo principal deste projeto é concluir se uma distribuidora de cervejas localizada em Curitiba/PR é economicamente viável, tendo como consequência, atingir alguns objetivos secundários, apresentados a seguir.

Minimamente, será necessário simular todo processo de constituição formal de uma empresa que esteja voltada para esse ramo de negócio, perante os órgãos reguladores (para que do ponto de vista formal a empresa seja viável); será necessário levantar todos os impostos incidentes sobre os produtos a serem vendidos (considerando que o mercado a ser abrangido será o território paranaense) e estudar qual forma de tributação será mais adequada para tal empresa.

Além disso, logicamente, deverá ser prevista a receita de vendas, os custos e despesas operacionais e todas informações adicionais necessárias para

elaboração da demonstração do resultado do exercício (DRE) gerencial e do balanço patrimonial, ferramentas que em conjunto apresentarão, clara e resumidamente, informações importantíssimas que após analisadas contribuirão para a definição da viabilidade ou não do negócio proposto.

1.3 JUSTIFICATIVA

Em tempos de alta taxa de desemprego, quando existe certa dificuldade de manter-se ou voltar a ser um colaborador de uma empresa privada, é provável que muitos que estejam sofrendo diretamente com essa situação pensem em abrir um negócio próprio. Ao pensar assim e ao tentar visualizar o ramo de negócio que poderá proporcionar bons resultados financeiros, certamente o primeiro a se apresentar é aquele em que o futuro empreendedor goste do que vai fazer, tenha afinidade, motivação e que ele, pessoalmente, esteja propenso a correr riscos com o desafio de empreender.

Assim, no caso deste estudo, o ramo do comércio, especificamente voltado para a comercialização da cerveja, surgiu como justificativa para realização desta pesquisa.

1.4 METODOLOGIA

A abordagem do problema será qualitativa, uma vez que não serão analisadas estatísticas referentes à abertura e viabilidade de outras empresas e nem poderão ser generalizados os resultados deste estudo.

Quanto aos objetivos da pesquisa, esses serão essencialmente exploratórios pois eles de maneira alguma esgotarão todos os pontos a serem analisados com relação ao tema, sendo um ponto de partida para estudos que posteriormente poderão ser desenvolvidos mais a fundo.

O procedimento de pesquisa a ser adotado será a pesquisa bibliográfica, por se tratar de materiais já existentes e publicados, como leis e manuais de órgãos do governo, por exemplo.

1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

Na sequência deste capítulo introdutório, o Capítulo 2 apresentará aspectos mais burocráticos, referentes à constituição formal da empresa na Junta Comercial do Paraná.

No capítulo 3 serão apresentados alguns detalhes do funcionamento do negócio, que irão desde a área geográfica de atuação até a previsão mensal de faturamento.

Na sequência, o Capítulo 4 apresentará todos os conceitos, despesas e receitas necessárias para elaboração da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) e o Balanço Patrimonial (BP).

Alguns indicadores econômico-financeiros serão apresentados no Capítulo 6, pois estes, juntamente com as informações do Capítulo 5, darão base para análise da viabilidade ou não do empreendimento.

Por fim, no Capítulo 6, serão apresentadas as conclusões do estudo.

2 CONSTITUIÇÃO FORMAL DA EMPRESA

2.1 TIPOS JURÍDICOS DE EMPRESA

Apesar de existirem vários tipos jurídicos legalmente fixados e autorizados para a constituição de uma empresa no Brasil, neste estudo serão abordados somente dois, por estes terem sido considerados mais adequados: a Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI) e a sociedade limitada.

De acordo com a Instrução Normativa Nº 10 do Departamento de Registro Empresarial e Integração (DREI) do Governo Federal, datada de 2014, Anexo V, capítulo 1.2.16.2, referente ao valor mínimo de capital, tem-se:

A constituição da EIRELI exige capital não inferior a 100 (cem) vezes o maior salário mínimo vigente no País.

O capital da EIRELI deve estar inteiramente integralizado na constituição ou em aumentos futuros. (Instrução Normativa nº10 DREI, p.15).

Considerando essa exigência de capital a ser integralizado, mesmo que em aumentos futuros, para o caso em estudo considera-se, desde já, a inviabilidade desse tipo jurídico por motivos meramente financeiros. Uma vez que o salário atualmente vigente no país é de R\$ 880,00 reais, o custo de implantação da empresa somente considerando a opção deste tipo jurídico para constituição da empresa aumentaria exorbitantemente, sendo que não haveria a necessidade da empresa se submeter a essa determinação legal.

Ainda, este investimento pode ser entendido como desnecessário, já que existem outros tipos jurídicos que não interferem no funcionamento da empresa e não exigem tamanha monta como aporte e manutenção de capital.

Com isso, parte-se para a análise do tipo jurídico de sociedade limitada que tem, como diferença para o EIRELI, a necessidade de se ter ao menos dois sócios. Apesar dessa exigência, não necessariamente os sócios precisam ter a mesma quantidade de quotas, o que deverá ser definido e claramente registrado no contrato social a ser redigido para dar entrada ao processo de constituição da empresa na Junta Comercial Estadual, neste caso, na JUCEPAR (Junta Comercial do Paraná).

Além da documentação pessoal dos futuros sócios da empresa e da informação da quantidade de cotas pertencentes a cada um deles, registrado no contrato social, a tabela abaixo apresenta toda documentação exigida pela JUCEPAR para a constituição de uma empresa de sociedade limitada.

TABELA 1 - DOCUMENTOS NECESSÁRIOS PARA A ABERTURA DE UMA EMPRESA DE SOCIEDADE LIMITADA

ESPECIFICAÇÃO	(CONTINUA)	Nº DE VIAS
Requerimento (Capa de Processo) com assinatura do administrador, sócio, procurador, com poderes específicos, ou terceiro interessado (art. 1.151 do CC). (Vide tabela de atos e eventos para preenchimento do requerimento)		1
Contrato social, assinado pelos sócios ou seus procuradores ou Certidão de inteiro teor do contrato social, quando revestir a forma pública (1). Podendo opcionalmente utilizar modelo de contrato social simplificado no site da Junta Comercial - CONTRATO PADRÃO. - Caso a Junta Comercial estiver utilizando o sistema da via única de arquivamento, seguir as orientações contidas na Instrução Normativa DREI nº 03/2013.		1
Fica mantido o sistema convencional de autenticação de documentos até a adequação da Junta Comercial que não estiver apta a utilizar a via única		3
Declaração de desimpedimento para o exercício de administração de sociedade empresária, assinada pelo (s) administrador (es) designados no contrato, se essa não constar em cláusula própria (§ 1º do art. 1.011 do CC).		1
Original ou cópia autenticada de procuração, com poderes específicos e se por instrumento particular, com firma reconhecida, quando o requerimento, o contrato social ou a declaração de que trata o item anterior for assinada por procurador. Se o delegante for analfabeto, a procuração deverá ser passada por instrumento público. Obs.: as procurações deverão ser arquivadas em processo, com pagamento do preço do serviço devido.		1
Cópia autenticada da identidade (2) dos administradores e do signatário do requerimento.		1
Aprovação prévia de órgão governamental, quando for o caso. (3)		1
Ficha de Cadastro Nacional - FCN (fls. 1 e 2).		1
Quando houver participação societária de: a) sociedade estrangeira: - prova de existência legal da empresa e da legitimidade de sua representação (representante legal ou procurador); - inteiro teor do contrato ou do estatuto; - procuração estabelecendo representante no Brasil com poderes para receber citação; - tradução dos referidos atos, por tradutor matriculado em qualquer Junta Comercial;		1

ESPECIFICAÇÃO	(CONCLUSÃO)	Nº DE VIAS
<p>b) pessoa física residente e domiciliada no exterior:</p> <ul style="list-style-type: none"> - procuração estabelecendo representante no País, com poderes para receber citação; - tradução da procuração por tradutor matriculado em qualquer Junta Comercial, caso passada em idioma estrangeiro; - o estrangeiro domiciliado no exterior e de passagem pelo Brasil poderá firmar a procuração, por instrumento particular ou público, ficando, na segunda hipótese, dispensada a apresentação de seu documento de identidade perante a Junta Comercial. <p>Obs: as procurações deverão ser arquivadas em processos separados, com do preço do serviço devido.</p> <p>c) empresa pública, sociedade de economia mista, autarquia ou fundação pública:</p> <ul style="list-style-type: none"> - exemplar da folha do Diário Oficial da União, do Estado, do DF ou do Município que contiver o ato de autorização legislativa; ou citação, no contrato social, da natureza, número e data do ato de autorização legislativa bem como do nome, data e folha do jornal em que foi publicada. 		1
<p>Comprovantes de pagamento: (4)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Guia de Recolhimento/Junta Comercial e DARF/Cadastro Nacional de Empresas (código 6621). 		
<p>Original do documento de consulta de viabilidade deferida em 01 (uma) via ou Pesquisa de Nome Empresarial (busca prévia) até que a Junta Comercial passe a utilizar o sistema da viabilidade. (5)</p>		
<p>Apresentar DBE - Documento Básico de Entrada em 01 (uma) via, com assinatura do representante legal. (6)</p>		

OBSERVAÇÕES:

(1) Vide Instrução Normativa DREI nº 03/2013.

(2) Documentos admitidos: cédula de identidade, certificado de reservista, carteira de identidade profissional, Carteira de Trabalho e Previdência Social ou carteira nacional de habilitação (modelo com base na Lei no 9.503, de 23/9/97). Se a pessoa for estrangeira, é exigida identidade com a prova de visto permanente e dentro do período de sua validade ou documento fornecido pelo Departamento de Polícia Federal, com a indicação do número do registro.

Caso a cópia não seja autenticada por cartório, a autenticação poderá ser efetuada pelo servidor, no ato da apresentação da documentação, à vista do documento original.

(3) Vide Instrução Normativa DREI nº 14/2013.

(4) No DF, o recolhimento, deve ser efetuado em um único DARF sob o código 6621.

(5) A viabilidade (pesquisa de nome empresarial e/ou endereço) no portal de serviços da Junta Comercial.

(6) A Junta Comercial manterá convênio com a RFB para emissão de CNPJ.

(FONTE: Manual de Registro - Sociedade Limitada)

2.2 CONTRATO SOCIAL

Por se tratar de um documento importantíssimo para a constituição de uma empresa, a seguir serão apresentados alguns detalhes referentes à elaboração do

contrato social a ser redigido para a sociedade que está sendo analisada neste estudo.

Ainda de acordo com a Instrução Normativa Nº 10 do Departamento de Registro Empresarial e Integração (DREI) do Governo Federal, datada de 2014, mas agora em seu Anexo III, capítulo 1.2.4, referente aos elementos mínimos que devem constar no contrato social de constituição de uma empresa de tipo jurídico de sociedade limitada, tem-se:

O contrato social deverá conter, no mínimo, os seguintes elementos:

- a) título (Contrato Social);
- b) preâmbulo;
- c) corpo do contrato:
 - c.1) cláusulas obrigatórias; e
- d) fecho. (Instrução Normativa nº10 DREI, p.12).

Não se julga necessário neste momento detalhar minimamente cada um dos elementos supracitados mas, por outro lado, o preâmbulo e as cláusulas obrigatórias merecem atenção especial que lhes serão dadas a seguir.

2.2.1 Preâmbulo

Uma vez que a sociedade em questão deverá ser constituída por duas pessoas físicas de nacionalidade brasileira, serão excluídas informações referentes às pessoas físicas estrangeiras ou a pessoas jurídicas na condição de sócios dessa empresa.

Assim, o que deve constar no preâmbulo é:

Deverão constar do preâmbulo do contrato social:

- a) qualificação dos sócios e de seus representantes:
 - sócio pessoa física (brasileiro ou estrangeiro) residente e domiciliado no País ou no exterior:
 - nome civil, por extenso;
 - nacionalidade;
 - estado civil e regime de casamento (no caso de união estável, incluir o estado civil)
 - data de nascimento, se solteiro;
 - profissão;
 - documento de identidade, número e órgão expedidor/UF;
 - CPF;
 - endereço residencial (tipo e nome do logradouro, nº, complemento, bairro/distrito, município, unidade federativa e CEP, se no País);

b) tipo jurídico da sociedade (Sociedade Limitada). (Instrução Normativa nº10 DREI, p.12).

2.2.2 Clausulas obrigatórias

Com relação às cláusulas obrigatórias que devem constar no corpo do contrato social, a Instrução Normativa do DREI define:

O corpo do contrato social deverá contemplar, obrigatoriamente, o seguinte:

- a) nome empresarial, que poderá ser firma social ou denominação social; 13
- b) capital da sociedade, expresso em moeda corrente, a quota de cada sócio, a forma e o prazo de sua integralização;
- c) endereço completo da sede (tipo e nome do logradouro, número, complemento, bairro/distrito, município, unidade federativa e CEP) bem como o endereço das filiais;
- d) declaração precisa e detalhada do objeto social;
- e) prazo de duração da sociedade;
- f) data de encerramento do exercício social, quando não coincidente com o ano civil;
- g) as pessoas naturais incumbidas da administração da sociedade, e seus poderes e atribuições;
- h) qualificação do administrador não sócio, designado no contrato;
- i) participação de cada sócio nos lucros e nas perdas; e
- j) foro ou cláusula arbitral. (Instrução Normativa nº10 DREI, p. 12 e 13).

Considerando essas informações, é perfeitamente possível redigir o texto do contrato social para a constituição da empresa.

2.3 CONSULTA PRÉVIA DE LOCALIZAÇÃO – CPL (CONSULTA COMERCIAL)

Conforme anteriormente apresentado, um dos itens exigidos pela JUCEPAR para a constituição de uma empresa é a Consulta Prévia de Localização, comumente chamada de consulta comercial. Tal documento deverá ser solicitado diretamente no portal da Prefeitura de Curitiba (<http://www.curitiba.pr.gov.br>), no link de serviços ao cidadão e tem por objetivo, conforme apresentado no próprio portal da prefeitura, o seguinte:

Solicitação de Consulta Prévia de Localização - CPL (Consulta Comercial) que corresponde a análise da Secretaria Municipal do Urbanismo quanto à adequação da(s) atividade(s) comercial(is) solicitada(s) em relação ao zoneamento em que o imóvel se localiza. A CPL é documento necessário e

obrigatório para expedição de Alvará de Localização e Funcionamento pela Secretaria Municipal de Finanças (SMF).

Adicionalmente, o portal da Prefeitura de Curitiba informa que os documentos necessários para efetivação da solicitação da CPL são a Indicação Fiscal do Imóvel (inclusive sublote), a atividade comercial – ou as atividades comerciais – que se pretende exercer no endereço a ser verificado e o número do CPF ou do CNPJ.

A única maneira de fazer a solicitação é via internet e, portanto, está disponível 24 horas por dia. O prazo para obtenção do resultado do protocolo é de até 20 dias.

2.4 DOCUMENTO BÁSICO DE ENTRADA (DBE)

Necessário para obtenção do alvará de funcionamento do estabelecimento, este documento também pode ser obtido via portal de internet da Prefeitura de Curitiba.

Além desse documento, a Consulta Prévia de Localização (CPL) e o ato constitutivo (contrato social) devem ser entregues de forma física em uma das Ruas da Cidadania ou no endereço da própria Prefeitura Municipal de Curitiba para abertura do processo e posterior obtenção do alvará, em caso da solicitação ser deferida.

3 DETALHAMENTO DO NEGÓCIO

Algumas questões referentes ao funcionamento, na prática, da empresa a ser constituída precisam ser planejadas anteriormente ao estudo da viabilidade em si. Essa necessidade se dá pois tais definições serão parte integrante do estudo completo, mais abrangente, a ser apresentado na sequência.

A seguir serão analisadas com maiores detalhes algumas destas questões.

3.1 REGIÃO GEOGRÁFICA DE ATUAÇÃO

Todo território do Estado do Paraná é a primeira delimitação geográfica de atuação da distribuidora de bebidas. Tal delimitação, entretanto, ainda é muito ampla, uma vez que do ponto de vista logístico seria praticamente impossível atingir todas as cidades do estado e, assim, fica clara a necessidade de definir a cidade-sede do empreendimento e as demais cidades de atuação.

3.1.1 Cidade-sede

Por questões pessoais e, principalmente, por apresentar a maior mercado consumidor do estado, a cidade-sede escolhida para a constituição da empresa é Curitiba, capital do Estado do Paraná.

3.1.2 Demais cidades de atuação

Buscando ampliar o mercado consumidor, além da atuação em Curitiba, foram escolhidas outras quatro cidades do estado e essa priorização foi baseada exclusivamente na maior quantidade de habitantes das mesmas, conforme dados levantados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) por ocasião do Censo Demográfico do ano de 2010.

TABELA 2 – NÚMERO TOTAL DE HABITANTES

MUNICÍPIO	NÚMERO DE HABITANTES
Curitiba	1.751.907
Londrina	506.701
Maringá	357.077
Ponta Grossa	311.611
Cascavel	286.205
População Total	3.213.501

(FONTE: IBGE – CENSO 2010)

Assim, as outras cidades do estado também consideradas como área de atuação serão Londrina, Maringá, Ponta Grossa e Cascavel.

Com relação à concentração das vendas, a porcentagem da venda total em cada uma das cidades de atuação será inicialmente prevista baseando-se exclusivamente na população total das cidades de atuação.

Para esclarecer esse ponto, é de grande valia a análise da tabela abaixo:

TABELA 3 - DISTRIBUIÇÃO DE VENDAS DE ACORDO COM A POPULAÇÃO DE CADA CIDADE

MUNICÍPIO	NÚMERO DE HABITANTES	DISTRIBUIÇÃO DE VENDAS
Curitiba	1.751.907	54,52%
Londrina	506.701	15,77%
Maringá	357.077	11,11%
Ponta Grossa	311.611	9,70%
Cascavel	286.205	8,91%
População Total	3.213.501	100,00%

(FONTE: de própria autoria)

Assim, a partir de agora, será considerado que aproximadamente 55% das receitas de venda da empresa ocorrerão em Curitiba, aproximadamente 15% em Londrina, e assim por diante.

3.2 PROJEÇÃO DE VENDAS

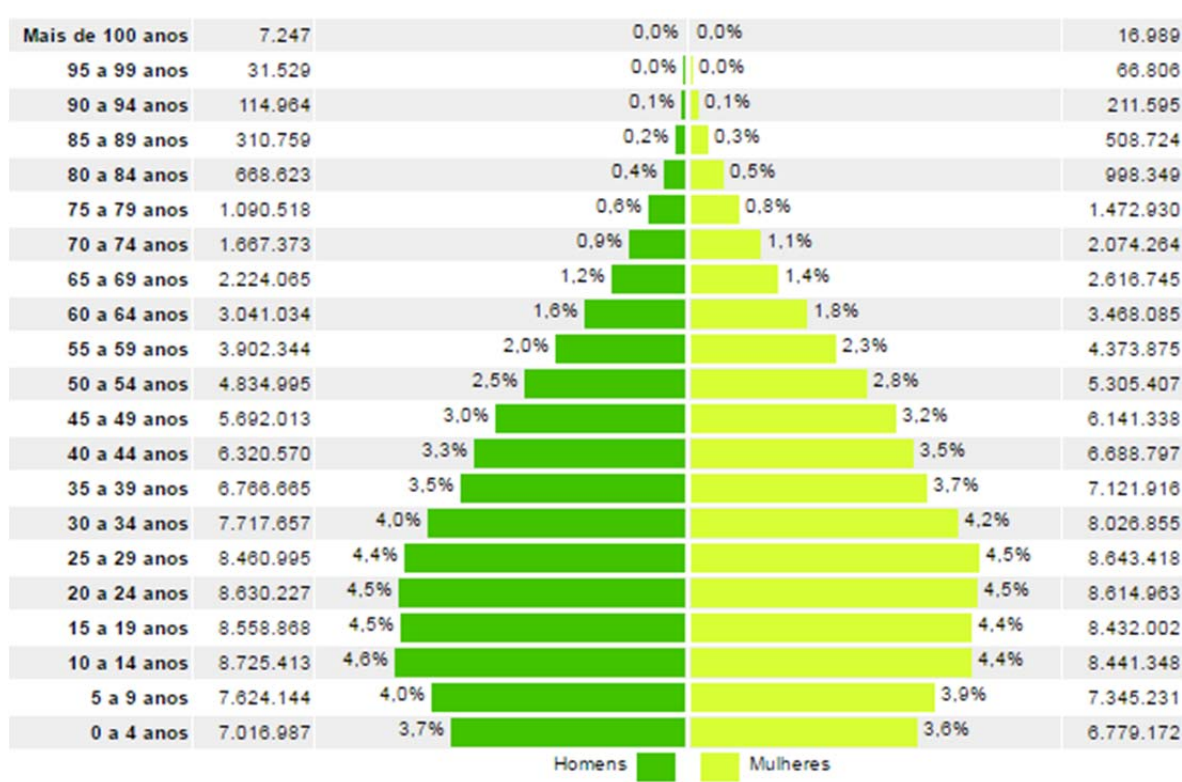
Conforme anteriormente mencionado neste estudo, no ano de 2012 foram produzidos 14,22 bilhões de litros cerveja (CERVIERI JR et al., 201?). Neste mesmo ano, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2012, pág 8), a população brasileira total foi estimada em 193,9 milhões de habitantes.

Para ser possível fazer uma relação entre quantidade de litros produzidos e a quantidade de habitantes que consome cerveja no Brasil, se faz necessário excluir da população crianças (até 11 anos de idade) e adolescentes (entre 12 e 18 anos de idade) pois estes, por lei, são proibidos de ingerir bebidas alcoólicas.

Além destes, não serão contabilizados neste estudo os idosos (acima de 60 anos) por entender que o consumo de cerveja dessa faixa etária seja relativamente baixo e, portanto, pode ser desconsiderado.

Assim, conforme o Censo Demográfico de 2010, realizado pelo IBGE e indicado na figura abaixo, a população total entre 18 e 59 anos, considerando homens e mulheres, era de, aproximadamente, 118,6 milhões de habitantes.

TABELA 4 - PIRÂMIDE ETÁRIA BRASILEIRA DO ANO 2010



(FONTE: IBGE – CENSO 2010)

Com esses dados, podemos chegar a um quociente anual (Q_{ano}) que relaciona a quantidade de litros de cerveja produzido por consumidor, através de uma simples divisão, conforme segue:

$$Q_{ano} = \frac{\text{quantidade de litros}}{\text{consumidores}} = \frac{14,22 \text{ bilhões de litros}}{118,6 \text{ milhões de habitantes}} = 119,9 \text{ litros/consumidor/ano}$$

Como esse quociente refere-se ao período de um ano, será dividido por 12 para termos o quociente mensal ($Q_{mês}$).

$$Q_{mês} = \frac{119,9 \text{ litros/consumidor/ano}}{12 \text{ meses}} = 10 \text{ litros/consumidor/mês}$$

Com isso, temos uma estimativa mensal de consumo de litros de cerveja por adulto entre 18 e 59 anos de aproximadamente 10 litros / consumidor / mês.

Ainda segundo o IBGE, conforme o Censo Demográfico 2010, as cidades de atuação tinham as seguintes populações entre 18 e 59 naquele ano:

TABELA 5 - PORCENTAGEM DE VENDAS SEGUNDO FAIXA ETÁRIA

MUNICÍPIO	NÚMERO DE HABITANTES (ENTRE 18 E 59 ANOS)	PORCENTAGEM DE VENDAS
Curitiba	1.176.099	55,30%
Londrina	331.253	15,58%
Maringá	242.650	11,41%
Ponta Grossa	192.812	9,07%
Cascavel	183.820	8,64%
Totais	2.126.634	100,00%

(FONTE: de própria autoria)

Considerando somente a população adulta com faixa etária entre 18 e 59 anos, pode-se facilmente encontrar a projeção total de vendas do mercado de cerveja das cidades de atuação multiplicando a população de cada município pela estimativa mensal de litros consumidos, conforme apresenta a tabela a seguir.

TABELA 6 – PROJEÇÃO TOTAL DE VENDAS POR CIDADE

MUNICÍPIO	NÚMERO DE HABITANTES (ENTRE 18 E 59 ANOS)	LITROS CONSUMIDOS POR MÊS	PROJEÇÃO DE VENDAS (LITROS)	PORCENTAGEM DE VENDAS
Curitiba	1.176.099	10	11.760.990	55,30%
Londrina	331.253		3.312.530	15,58%
Maringá	242.650		2.426.500	11,41%
Ponta Grossa	192.812		1.928.120	9,07%
Cascavel	183.820		1.838.200	8,64%
Totais	2.126.634		21.266.340	100,00%

(FONTE: de própria autoria)

Importante salientar que a projeção de vendas apresentada na tabela acima representa a projeção de vendas total do mercado de distribuidoras de cervejas nas cidades de atuação, ou seja, estão consideradas todas distribuidoras de bebidas já instaladas e atualmente atuantes nas respectivas cidades de atuação.

Como não se trata de um mercado monopolista, o empreendimento representará somente uma fatia deste mercado, o que se conhece por *marketshare*. Estima-se, assim, por ser uma empresa nova no mercado, que a distribuidora de bebidas em estudo entrará atuando em 0,5% deste mercado. Com esse dado em mãos, podemos chegar, agora, à previsão total de vendas do empreendimento em estudo, cidade por cidade, conforme apresenta a tabela abaixo:

TABELA 7 - PROJEÇÃO DE VENDAS DE ACORDO COM *MARKETSHARE*

MUNICÍPIO	PROJEÇÃO DE VENDAS (LITROS)	MARKETSHARE 0,5%	PORCENTAGEM DE VENDAS
Curitiba	11.760.990	58.805	55,30%
Londrina	3.312.530	16.563	15,58%
Maringá	2.426.500	12.133	11,41%
Ponta Grossa	1.928.120	9.641	9,07%
Cascavel	1.838.200	9.191	8,64%
Totais	21.266.340	106.332	100,00%

(FONTE: de própria autoria)

3.3 PROJEÇÃO DE FATURAMENTO

Agora que já existe uma previsão de vendas, para encontrar a previsão de faturamento é necessário definir o preço de venda.

Para tanto, foi realizada uma pequena pesquisa de mercado junto à concorrência atuante na cidade de Curitiba e o resultado desta pesquisa indica um valor de venda de R\$ 5,00 por litro. Assim, teremos a seguinte previsão de faturamento, cidade por cidade:

TABELA 8 - PREVISÃO DE FATURAMENTO

MUNICÍPIO	MARKETSHARE 0,5%	VALOR DE VENDA (LITRO)	PREVISÃO DE FATURAMENTO
Curitiba	58.805	R\$ 5,00	R\$ 294.024,75
Londrina	16.563		R\$ 82.813,25
Maringá	12.133		R\$ 60.662,50
Ponta Grossa	9.641		R\$ 48.203,00
Cascavel	9.191		R\$ 45.955,00
Totais	106.332		R\$ 531.658,50

(FONTE: notas de aula Prof. MSc. Luiz Carlos de Souza)

Conclui-se a partir da tabela acima, que a previsão de faturamento total (considerando todas as cidades de atuação) será de R\$ 531.658,50 por mês.

De posse desse importante dado, será dada sequencia a verificação da viabilidade do negócio.

4 VERIFICAÇÃO DA VIABILIDADE ECONÔMICA

Para verificação da viabilidade econômica e financeira do empreendimento, além da definição da previsão de faturamento, será necessário definir outros dados, como as despesas pré-operacionais, o ativo imobilizado, o prazo médio de recebimento de vendas (PMRV), o prazo médio de pagamento de compras (PMPC), o custo da mercadoria vendida (CMV), o *mark up*, o estoque, etc. Além destes, precisarão ser levantadas as despesas fixas e as despesas variáveis, incluindo nestas, os valores de frete.

Os pontos acima mencionados serão analisados, individualmente, a partir de agora.

4.1 DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS

Despesas pré-operacionais são aquelas que ocorrem antes do início do funcionamento da empresa. Segue detalhamento da previsão das mesmas.

TABELA 9 – DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS

DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
Projeto arquitetura	1,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Reforma sala comercial (mão de obra + material)	1,00	R\$ 8.500,00	R\$ 8.500,00
Taxas Junta Comercial, Bombeiros, etc.	1,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Honorários contador - constituição da empresa	1,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Utensílios de limpeza (vassouras, baldes, etc.)	1,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Material de escritorio	1,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Decoração	1,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Sub-total			R\$ 13.200,00

(FONTE: notas de aula Prof. MSc. Luiz Carlos de Souza)

4.2 ATIVO IMOBILIZADO

Com relação ao ativo imobilizado, segue previsão itens a serem adquiridos para o bom funcionamento da empresa, e seus respectivos valores de compra.

TABELA 10 – ATIVO IMOBILIZADO

ATIVO IMOBILIZADO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
Móveis (mesas e cadeiras)	1,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Utensílios (filtro de água, cafeteira...)	1,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Computador + impressora	1,00	R\$ 2.400,00	R\$ 2.400,00
Aparelho de Telefone	1,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Sub-total			R\$ 3.800,00

(FONTE: notas de aula Prof. MSc. Luiz Carlos de Souza)

Somando os valores das despesas pré-operacionais com o ativo imobilizado, tem-se um total de gastos no valor de R\$ 17.000,00.

4.3 PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO DE VENDAS (PMRV)

Considerando que no mercado em questão os valores a serem recebidos pelas vendas podem ocorrer totalmente à vista ou totalmente a prazo ou, ainda, com uma entrada e demais parcelas que serão definidas ao longo da negociação com os clientes, é necessário calcular o prazo médio de recebimento de vendas (PMRV).

A multiplicação da porcentagem do valor a ser recebida pelo prazo em que será recebido o pagamento apresenta a média de dias para recebimento deste valor. Somando todas as médias, chega-se ao PMRV.

Partindo da definição de que os pagamentos pelas vendas ocorrerão sempre com 40% de entrada e mais 3 recebimentos iguais de 20% cada aos 30, 60 e 90 dias, encontra-se um PMRV igual a 36 dias, conforme tabela abaixo.

TABELA 11 – PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO DE VENDAS

RECEBIMENTO DE VENDAS	%	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA DE DIAS
À Vista	40%	0	0
A Prazo - 30 dias	20%	30	6
A Prazo - 60 dias	20%	60	12
A Prazo - 90 dias	20%	90	18
Prazo Médio de Recebimento de Vendas (PMRV)			36

(FONTE: notas de aula Prof. MSc. Luiz Carlos de Souza)

Tendo o valor do PMRV, é possível encontrar o valor médio de recebimento de vendas, considerando o período de um mês.

Para tanto, conforme apresenta a tabela abaixo, divide-se o total de vendas anteriormente definido pelo número de dias do período (no caso, 30 dias), resultando na venda média diária. A partir daí, multiplica-se esse valor pelo PMRV e é encontrado, assim, o valor médio de recebimento de vendas.

TABELA 12 – VALOR MÉDIO DE RECEBIMENTO DE VENDAS

Total de vendas	R\$ 531.658,50
Dias do período (mês)	30
Venda média diária	R\$ 17.721,95
PMRV	36
Valor Médio de Recebimento de Vendas (por mês)	R\$ 637.990,20

(FONTE: notas de aula Prof. MSc. Luiz Carlos de Souza)

4.4 ESTIMATIVA DO CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA

Antes de entrar no conceito da estimativa do custo da mercadoria vendida (CMV), é preciso entender o conceito de *mark up*.

Mark up é um índice aplicado sobre o custo de um produto (ou serviço) para a formação do preço de venda, que consiste basicamente em somar-se ao custo unitário do produto uma margem de lucro para obter-se o preço de venda.

Como anteriormente foi definido que o valor de venda do litro de cerveja seria R\$ 5,00, é necessário agora fazer a conta inversa para aplicar o *mark up* sobre

o mesmo. A tabela abaixo apresenta esse cálculo, que nada mais é que a divisão do valor de venda (R\$ 5,00) pelo *mark up* (convenientemente definido) para chegarmos ao CMV do litro de cerveja.

TABELA 13 – CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA

PRODUTOS/RECEITAS	VENDAS	MARK-UP	CMV
Curitiba	R\$ 294.024,75	2,50	R\$ 117.609,90
Londrina	R\$ 82.813,25	2,50	R\$ 33.125,30
Maringá	R\$ 60.662,50	2,50	R\$ 24.265,00
Ponta Grossa	R\$ 48.203,00	2,50	R\$ 19.281,20
Cascavel	R\$ 45.955,00	2,50	R\$ 18.382,00
Total	R\$ 531.658,50		R\$ 212.663,40

(FONTE: notas de aula Prof. MSc. Luiz Carlos de Souza)

Tendo o valor total do CMV, é possível encontrar o valor médio diário do mesmo dividindo-o pelo número de dias do período (de um mês).

Considerando que a empresa deseja ter estoque de 10 dias, multiplica-se o CMV médio diário por esse prazo e encontra-se, então, o total dos estoques em reais, conforme apresenta a tabela abaixo.

TABELA 14 – TOTAL DOS ESTOQUES

CMV Total	R\$ 212.663,40
Dias do período (mês)	30
CMV Médio Diário	R\$ 7.088,78
Tempo de estoque disponível (dias)	10
Total dos Estoques	R\$ 70.887,80

(FONTE: notas de aula Prof. MSc. Luiz Carlos de Souza)

4.5 PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO DE COMPRAS (PMPC)

Da mesma maneira que é necessário calcular o prazo médio de recebimento de vendas, que diz respeito às receitas, faz-se também necessário o cálculo do prazo médio de pagamentos de compras aos fornecedores.

O cálculo é análogo ao do prazo médio de recebimento: multiplica-se a porcentagem do valor a ser pago pelo prazo em que isso deverá acontecer. A soma de todas as médias é o prazo médio de pagamento das compras aos fornecedores.

Aqui, definiu-se que todos os pagamentos ocorrerão somente a prazo, sendo 40% em 30 dias e outras duas parcelas de 30% cada em 60 e 90 dias, conforme apresenta a tabela abaixo.

TABELA 15 – PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO DE COMPRAS – FORNECEDORES

PRAZO DE COMPRAS	%	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA DE DIAS
A prazo - 30 dias	40%	30	12
A prazo - 60 dias	30%	60	18
A prazo - 90 dias	30%	90	27
Prazo Médio de Pagamento de Compras (PMPC)			57

(FONTE: notas de aula Prof. MSc. Luiz Carlos de Souza)

Para encontrar o valor mensal médio, que será utilizado para pagamento dos fornecedores, basta multiplicar o CMV médio diário anteriormente definido pelo prazo médio de pagamento de compras, conforme apresenta a tabela abaixo.

TABELA 16 – VALOR MENSAL MÉDIO – PAGAMENTO DE FORNECEDORES

CMV Médio Diário	R\$ 7.088,78
Prazo Médio de Pagamento de Compras (PMPC)	57
Valor mensal médio - pagamento de fornecedores	R\$ 404.060,46

(FONTE: notas de aula Prof. MSc. Luiz Carlos de Souza)

4.6 DESPESAS FIXAS

Despesas fixas podem ser definidas como aquelas que ocorrem todos os meses em que a empresa estiver em funcionamento, independentemente do valor que eles representam ou da ocorrência de vendas ou não no período de trinta dias.

A tabela a seguir foi elaborada baseada na experiência profissional do autor e em breve pesquisa de mercado feita pelo mesmo, com a intenção de apresentar valores mais fidedignos possíveis.

TABELA 17 – DESPESAS FIXAS

DESPESAS FIXAS	VALOR
Salários + encargos	R\$ 3.000,00
Pro labore	R\$ 1.000,00
Condomínio	R\$ 300,00
Aluguel	R\$ 1.200,00
Material limpeza	R\$ 100,00
Energia elétrica / telefone / internet	R\$ 1.500,00
Manutenção espaço físico	R\$ 200,00
Correios / cartório	R\$ 50,00
Tarifa bancária	R\$ 100,00
Material Escritório	R\$ 100,00
Software	R\$ 500,00
Manutenção equipamentos	R\$ 200,00
Água / café	R\$ 100,00
Estacionamento	R\$ 200,00
Marketing	R\$ 750,00
Outros	R\$ 200,00
Total	R\$ 9.500,00

(FONTE: notas de aula Prof. MSc. Luiz Carlos de Souza)

4.7 DESPESAS VARIÁVEIS

Além dos custos fixos, vistos anteriormente, a empresa incorrerá em custos variáveis, que em resumo, são os tributos e o frete. Estes valores somente serão devidos após a efetivação das vendas e deverão ser pagos de acordo com o prazo de vencimento dos mesmos.

A seguir será detalhado cada um deles.

4.7.1 ICMS

O Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) foi instituído pela Lei Complementar n.º 87, de 13 de setembro de 1996, Artigo 1º, conforme segue:

Art. 1º Compete aos Estados e ao Distrito Federal instituir o imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação, ainda que as operações e as prestações se iniciem no exterior.

Art. 2º O imposto incide sobre:

I - operações relativas à circulação de mercadorias, inclusive o fornecimento de alimentação e bebidas em bares, restaurantes e estabelecimentos similares.

A partir disso, ainda no ano de 1996, o estado do Paraná promulgou a Lei 11.580/1996 (Lei Orgânica do ICMS), de 14 de novembro de 1996, conforme abaixo:

DISPOSIÇÃO PRELIMINAR

Art. 1º Esta Lei dispõe quanto ao imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação, ainda que as operações e as prestações se iniciem no exterior - ICMS, instituído pela Lei n. 8.933, de 26 de janeiro de 1989, com base no art. 155, inc. II, §§ 2º e 3º, da Constituição Federal e na Lei Complementar n. 87, de 13 de setembro de 1996.

CAPÍTULO I

DA INCIDÊNCIA

2 Art. 2º O imposto incide sobre: I - operações relativas à circulação de mercadorias, inclusive o fornecimento de alimentação e bebidas em bares, restaurantes e estabelecimentos similares.

Com relação às alíquotas, a mesma Lei 11.580/1996 define:

V - alíquota de vinte e nove por cento (29%) nas prestações de serviço de comunicação e nas operações com:

- a) energia elétrica, exceto a destinada à eletrificação rural;
- b) fumo e sucedâneos, manufaturados (NCM 2402.10.00 a 2403.99.90);
- c) bebidas alcoólicas (NCM 2203, 2204, 2205, 2206 e 2208).

O NCM, mencionado acima, significa “Nomenclatura Comum do Mercosul” e foi criado em 1995. O NCM é um sistema de códigos adicionais de classificação das mercadorias comercializadas entre os países do Mercosul. No caso específico deste estudo, o NCM da cerveja é 22.03.00.00, conforme se pode verificar no site da Receita Federal do Brasil.

4.7.2 PIS e COFINS

Ainda, para o caso da empresa que está sendo estudada, incidem outros dois tributos, ambos de âmbito federal, apresentados a seguir.

O Programa de Integração Social (PIS), uma contribuição tributária de caráter social que tem como objetivo financiar o pagamento do seguro-desemprego, abono e participação na receita dos órgãos e entidades, tanto para os trabalhadores de empresas públicas, como privadas.

Já a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins), representa uma contribuição social que tem como objetivo financiar a Seguridade Social, em suas áreas fundamentais, incluindo entre elas a Previdência Social, a Assistência Social e a Saúde Pública.

Ambas tem base legal na Lei Nº 13.097, de 19 de janeiro de 2015, que define:

Seção IX

Da Tributação de Bebidas Frias

Subseção I

Da Abrangência do Regime Tributário aplicável à Produção e Comercialização de Cervejas, Refrigerantes e outras Bebidas

Art. 14. Observado o disposto nesta Lei, serão exigidos na forma da legislação aplicável à generalidade das pessoas jurídicas a Contribuição para o PIS/PASEP, a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - COFINS, a Contribuição para o PIS/PASEP-Importação, a COFINS-Importação e o Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI devidos pelos importadores e pelas pessoas jurídicas que procedam à industrialização e comercialização dos produtos classificados nos seguintes códigos da Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI, aprovada pelo Decreto nº 7.660, de 23 de dezembro de 2011:

I 2106.90.10 Ex 02;

II 22.01, exceto os Ex 01 e Ex 02 do código 2201.10.00; 8/25/2015 L13097

III 22.02, exceto os Ex 01, Ex 02 e Ex 03 do código 2202.90.00; e

IV 22.02.90.00 Ex 03 e 22.03.

Com relação às alíquotas aplicáveis, considerando que o NCM da cerveja está enquadrado no Art. 14 apresentado acima, temos:

Art. 25. As alíquotas das contribuições incidentes sobre a receita decorrente da venda dos produtos de que trata o art. 14 são as seguintes:

I 2,32% (dois inteiros e trinta e dois centésimos por cento), no caso da Contribuição para o PIS/PASEP;

II 10,68% (dez inteiros e sessenta e oito centésimos por cento), no caso da COFINS.

4.7.3 IRPJ e CSLL

Com relação ao Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ), de acordo com a Lei Nº 9.249, de 26 de dezembro de 1995, com publicação no Diário Oficial da União (DOU) em 27/12/1995, a alíquota deste imposto é de 15%, conforme segue:

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º As bases de cálculo e o valor dos tributos e contribuições federais serão expressos em Reais.

Art. 2º O imposto de renda das pessoas jurídicas e a contribuição social sobre o lucro líquido serão determinados segundo as normas da legislação vigente, com as alterações desta Lei.

Art. 3º A alíquota do imposto de renda das pessoas jurídicas é de quinze por cento.

Ainda, esta lei apresenta uma tributação adicional de IRPJ, baseada no faturamento mensal da pessoa jurídica, que segue:

§ 1º A parcela do lucro real, presumido ou arbitrado, que exceder o valor resultante da multiplicação de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) pelo número de meses do respectivo período de apuração, sujeita-se à incidência de adicional de imposto de renda à alíquota de dez por cento.

Em complemento, ainda segundo a Lei Nº 9.249 de 26 de dezembro de 1995, o percentual a ser recolhido sobre o lucro é de 8%:

Art. 15. A base de cálculo do imposto, em cada mês, será determinada mediante a aplicação do percentual de oito por cento sobre a receita bruta auferida mensalmente.

Segundo a Lei N.º 7.689, de 15 de dezembro de 1988, com publicação no Diário Oficial da União (DOU) em 16/12/1988, a Contribuição Social sobre o Lucro (CSLL) destina-se ao financiamento da seguridade social e a alíquota aplicável é de 9%, conforme segue:

Art. 1º Fica instituída contribuição social sobre o lucro das pessoas jurídicas, destinada ao financiamento da seguridade social.

Após algumas modificações, o Art. 3º da Lei nº 13.169 de 06 de outubro de 2015, apresenta o seguinte:

Art. 3º A alíquota da contribuição é de:

I - 20% (vinte por cento), no período compreendido entre 1º de setembro de 2015 e 31 de dezembro de 2018, e 15% (quinze por cento) a partir de 1º de janeiro de 2019, no caso das pessoas jurídicas de seguros privados, das de capitalização e das referidas nos incisos I a VII e X do § 1º do art. 1º da Lei Complementar no 105, de 10 de janeiro de 2001;

II - 17% (dezessete por cento), no período compreendido entre 1º de outubro de 2015 e 31 de dezembro de 2018, e 15% (quinze por cento) a partir de 1º de janeiro de 2019, no caso das pessoas jurídicas referidas no inciso IX do § 1º do art. 1º da Lei Complementar nº 105, de 10 de janeiro de 2001;

III - 9% (nove por cento), no caso das demais pessoas jurídicas.

Adicionalmente, a Lei N.º 9.249, de 26 de dezembro de 1995 define que o percentual a ser recolhido sobre o lucro é de 12%:

Art. 20º A base de cálculo da contribuição social sobre o lucro líquido, devida pelas pessoas jurídicas que efetuarem o pagamento mensal a que se referem os arts. 27 e 29 a 34 da Lei no 8.981, de 20 de janeiro de 1995, e pelas pessoas jurídicas desobrigadas de escrituração contábil, corresponderá a doze por cento da receita bruta, na forma definida na legislação vigente, auferida em cada mês do ano-calendário[...]

Os arts. 27 e 29 a 34 da Lei no 8.981, mencionados acima, referem-se à forma de tributação das pessoas jurídicas: lucro real, lucro presumido ou lucro arbitrado.

De acordo com a lei nº Lei Nº 12.814, de 16 de maio de 2013, a pessoa jurídica, que obtiver receita total, no ano calendário anterior, superior a R\$ 78.000.000,00 ou a R\$ 6.500.000,00 multiplicado pelo número de meses do período (caso menor que doze meses), obrigatoriamente deverá adotar o lucro real. No caso desse estudo, essa receita mensal muito provavelmente não será atingida, direcionando, assim, a escolha para a tributação na forma de lucro presumido.

A partir da apresentação das alíquotas e dos percentuais a serem aplicados sobre o lucro, assim como a adoção do lucro presumido como regime de tributação da pessoa jurídica em estudo, partimos então para o cálculo da carga tributária desses produtos.

Segundo GALHARDO, carga tributária nada mais é que o multiplicador das alíquotas sobre as parcelas de lucro. Assim, para chegarmos a estes percentuais, tem-se:

- $IRPJ = 8\% \times 15\% = 1,20\%$ (desconsiderando o adicional de IR);
- $CSLL = 12\% \times 9\% = 1,08\%$

Tais percentuais devem ser utilizados no momento de calcular o IRPJ e a CSLL.

4.7.4 Frete

Considerando o alto montante de investimento que seria necessário acontecer no início da vida da empresa para aquisição de veículos de transporte, esse serviço será 100% contratado.

Para efeito deste estudo será considerado que todas as vendas fora da cidade de Curitiba (aproximadamente 45% da estimativa total) ocasionarão despesas com frete que representarão 8,0% da receita da venda destes produtos. Já para a cidade de Curitiba, estas despesas girarão em torno de 3,0%.

A tabela abaixo, apresenta, em resumo, as porcentagens e os valores de cada uma das despesas variáveis recém apresentadas.

TABELA 18 – DESPESAS VARIÁVEIS

DESPESAS VARIÁVEIS		VALOR
ICMS sobre vendas (somente Paraná)	29,00%	R\$ 154.180,97
PIS sobre vendas	2,32%	R\$ 12.334,48
COFINS sobre vendas	10,68%	R\$ 56.781,13
IRPJ (Lucro presumido)	1,20%	R\$ 6.379,90
CSLL (Lucro presumido)	1,08%	R\$ 5.741,91
Frete sobre vendas em Curitiba	3,00%	R\$ 15.949,76
Frete sobre vendas fora de Curitiba	8,00%	R\$ 42.532,68
Total		R\$ 293.900,82

(FONTE: notas de aula Prof. MSc. Luiz Carlos de Souza)

4.8 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO GERENCIAL (DRE)

Para compilar todos os dados levantados até aqui e, efetivamente, ser possível visualizar se o empreendimento trará retorno financeiro aos seus

proprietários, é de suma importância que seja elaborado uma demonstração do resultado do exercício (DRE) gerencial.

Apesar de ser uma ferramenta considerada estritamente contábil, a DRE pode e deve ser vista também com um viés gerencial e administrativo, pois compila e apresenta claramente a saúde financeira (futura, neste caso) da empresa.

Assim, abaixo segue a DRE gerencial do empreendimento em questão.

TABELA 19 – DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO GERENCIAL

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO GERENCIAL		(CONTINUA)	
		VALORES	REFERÊNCIA
RECEITA BRUTA OPERACIONAL		R\$ 531.658,50	
Venda de Mercadoria		R\$ 531.658,50	TABELA 8
DESPESAS VARIÁVEIS		R\$ 506.564,22	
C.M.V - Custo da Mercadoria Vendida		R\$ 212.663,40	TABELA 13
ICMS sobre vendas (somente Paraná)	29,00%	R\$ 154.180,97	TABELA 18
PIS sobre vendas	2,32%	R\$ 12.334,48	
COFINS sobre vendas	10,68%	R\$ 56.781,13	
IRPJ (Lucro presumido)	1,20%	R\$ 6.379,90	
CSLL (Lucro presumido)	1,08%	R\$ 5.741,91	
Frete sobre vendas em Curitiba	3,00%	R\$ 15.949,76	
Frete sobre vendas fora de Curitiba	8,00%	R\$ 42.532,68	
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO ⁽¹⁾		R\$ 25.094,28	
DESPESAS FIXAS		R\$ 9.500,00	TABELA 17
Salários + encargos		R\$ 3.000,00	TABELA 17
Pro labore		R\$ 1.000,00	
Condomínio		R\$ 300,00	
Aluguel		R\$ 1.200,00	
Material limpeza		R\$ 100,00	
Energia elétrica / telefone / internet		R\$ 1.500,00	
Manutenção espaço físico		R\$ 200,00	
Correios / cartório		R\$ 50,00	
Tarifa bancária		R\$ 100,00	
Material Escritório		R\$ 100,00	
Software		R\$ 500,00	
Manutenção equipamentos		R\$ 200,00	

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO GERENCIAL		(CONCLUSÃO)
Água / café	R\$ 100,00	TABELA 17
Estacionamento	R\$ 200,00	
Marketing	R\$ 750,00	
Outros	R\$ 200,00	
LUCRO (PREJUÍZO) OPERACIONAL ⁽²⁾	R\$ 15.594,28	
RESULTADO NÃO OPERACIONAL	R\$ -	
LUCRO (PREJUÍZO) DO PERÍODO ⁽³⁾	R\$ 15.594,28	

NOTAS: (1) MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO = RECEITA BRUTA OPERACIONAL - DESPESAS VARIÁVEIS

(2) LUCRO OPERACIONAL = MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO - DESPESAS FIXAS

(3) LUCRO DO PERÍODO = LUCRO OPERACIONAL +ou- RESULTADO NÃO OPERACIONAL

(FONTE: notas de aula Prof. MSc. Luiz Carlos de Souza)

A DRE fornece dados importantíssimos que, ao serem analisados do ponto de vista administrativo, trazem a tona informações valiosíssimas ao administrador.

Como um primeiro exemplo, mais direto, tem-se o valor do lucro operacional, que representa o montante mensal que o investidor poderá retirar da empresa para seu sustento como pessoa física ou poderá reinvesti-lo na empresa. Já temos a primeira decisão a ser tomada a partir dos dados da DRE.

Através de matemática básica é possível, ainda, encontrar o percentual total pago de impostos. Neste caso, essa informação teria caráter de conhecimento, pois em relação aos tributos não se pode alterar a porcentagem e muito menos não efetuar o recolhimento.

Importante também visualizar o quanto as despesas fixas influenciam no lucro da empresa (neste caso em específico existe lucro, mas poderia estar ocorrendo prejuízo). Caso esta influencia seja considerada elevada, poderão ser iniciadas algumas renegociações com os fornecedores ou até a troca dos mesmos, visando uma redução dessas despesas mensais.

Ainda com relação às despesas, deve-se também observar que, se por um lado as despesas variáveis são elevadas, por outro as despesas fixas são ínfimas. Em conjunto com a tentativa de diminuição de tempo para recebimento das vendas, voltar a atenção para buscar a diminuição das despesas variáveis, tanto quanto for possível, certamente melhoraria os resultados da empresa.

Ainda, é possível encontrar o percentual que o CMV representa do total da receita e, novamente, partir para análise (renegociação ou troca) de fornecedores.

Acima foram citadas somente algumas informações que podem e devem ser analisadas após a elaboração da DRE e que mostram, objetivamente, a importância da elaboração da mesma. Outras tantas informações pode ser extraídas, dependendo da necessidade e das habilidades do administrador em fazê-lo.

4.9 BALANÇO PATRIMONIAL

Em complemento à importância anteriormente dada à DRE, para que seja possível realizar uma análise econômica e financeira completa da empresa, que aponte sua lucratividade e rentabilidade, é necessário que estejam claramente apresentados o conjunto dos bens, os direitos e obrigações, o capital social e outras informações econômicas e financeiras.

Tais informações surgem ao se elaborar o Balanço Patrimonial da companhia que, juntamente com a DRE gerencial já executada, proporcionará os dados necessários para as análises a serem desenvolvidas.

Assim, na sequência apresenta-se o Balanço Patrimonial da empresa em estudo.

TABELA 20 – BALANÇO PATRIMONIAL

<u>BALANÇO PATRIMONIAL</u>		(CONTINUA)
	<u>VALORES</u>	<u>REFERÊNCIA</u>
ATIVO		
ATIVO CIRCULANTE	R\$ 801.854,74	
Caixa	R\$ 68.760,13	
Banco Conta Corrente	R\$ 24.216,61	Sócio
Clientes (Contas a Receber)	R\$ 637.990,20	TABELA 12
Estoque de Mercadorias	R\$ 70.887,80	TABELA 14

BALANÇO PATRIMONIAL		(CONCLUSÃO)
IMOBILIZADO	R\$ 3.800,00	TABELA 10
Móveis (mesas e cadeiras)	R\$ 1.000,00	
Utensílios (filtro de água, cafeteira...)	R\$ 300,00	
Computador + impressora	R\$ 2.400,00	
Aparelho de Telefone	R\$ 100,00	
TOTAL DO ATIVO	R\$ 805.654,74	
PASSIVO		
PASSIVO CIRCULANTE	R\$ 404.060,46	
Fornecedores	R\$ 404.060,46	TABELA 16
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	R\$ 401.594,28	
Capital Social	R\$ 386.000,00	Sócio
Lucro do Mês	R\$ 15.594,28	TABELA 19
TOTAL DO PASSIVO	R\$ 805.654,74	

(FONTE: notas de aula Prof. MSc. Luiz Carlos de Souza)

Na elaboração do BP são compiladas todas as informações anteriormente levantadas, que dispostas em conjunto, têm representatividade extremamente relevante.

Para iniciar a análise, foi definido um valor de capital social por parte dos sócios de acordo com as necessidades financeiras da empresa no momento da sua abertura. Importante identificar esse número, pois, caso os sócios não disponham de tal montante, a vida da empresa pode estar comprometida.

Com relação aos fornecedores (passivo), o valor apresentado pode apontar maior ou menor necessidade de renegociação com relação ao prazo médio de pagamentos de compras (PMPC), quando estas são feitas a prazo. Aumentar o tempo de pagamento destas despesas interfere diretamente no ativo e, consequentemente, no BP. Análise análoga pode ser feita com relação aos estoques e às contas a receber.

Existem muitas outras possibilidades de análise e de extração de informações, mas como último exemplo pode-se citar o valor do ativo imobilizado.

Após a decisão dos sócios em terceirizar o frete, ao invés de adquirir automóveis para transporte da mercadoria, o valor do imobilizado é, na prática, irrelevante. Essa foi uma decisão estratégica tomada para diminuir investimento inicial.

Ainda, durante a elaboração do BP, o administrador se obriga a analisar algumas questões que poderiam ser esquecidas, como por exemplo, a necessidade de existir um caixa na empresa. Este fato certamente leva a um outro conceito, importantíssimo, que é o capital de giro, a ser analisado a seguir.

4.10 NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO

Uma definição amplamente aceita para capital de giro é que este representa o valor que a empresa deve possuir em seu caixa para custear e manter suas despesas do dia a dia (despesas operacionais), sejam elas fixas ou os montantes necessários para produção, pagamento de fornecedores ou prestação do serviço.

A fórmula para calcular a necessidade de capital de giro (NCG) da empresa é representada a seguir:

$$\text{NCG} = \text{ativo circulante operacional (ACO)} - \text{passivo circulante operacional (PCO)}$$

O ativo circulante operacional, que é igual à soma dos valores do “contas a receber” mais o “estoque de mercadorias” já demonstrados no Balanço Patrimonial, representa R\$ 708.878,00.

Já o passivo circulante operacional, representado somente pelos valores a serem pagos aos fornecedores, é igual a R\$ 404.060,46.

Assim, encontra-se a NCG conforme abaixo:

$$\text{NCG} = \text{R\$ } 708.878,00 - \text{R\$ } 404.060,46 = \text{R\$ } 304.817,54$$

4.11 ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO

A análise do ponto de equilíbrio, também conhecido como *break-even point* ou ainda como análise custo-volume-lucro, visa conhecer o volume de vendas

necessário para que uma empresa possa cobrir todos seus custos e despesas operacionais e analisar o lucro associado ao nível de vendas.

Segundo ASSAF NETO (2014, p. 288), “o ponto de equilíbrio informa o volume de vendas (faturamento bruto) necessário para que o resultado operacional da empresa seja igual à zero”.

Obter resultado operacional igual à zero significa que a empresa apresenta Lucro Líquido Antes do IR (LAJIR) igual a zero. Em consequência, considerando que o LAJIR representa o valor da receita de vendas menos os custos fixos e variáveis, a fórmula abaixo possibilita encontrar o ponto de equilíbrio operacional de maneira simples e direta.

$$q = \frac{CF}{(p - CVu)}$$

Sendo:

q = quantidade de unidades (litros) a serem vendidas

p = preço de venda unitário = R\$ 5,00

CF = custo (despesa) operacional fixo no período de um mês = R\$ 9.500,00

CVu = custo (despesa) operacional variável por unidade vendida;

Para definir o CVu, basta dividir o total das despesas variáveis pela quantidade de litros vendidos, conforme segue:

$$CVu = \frac{\text{total das despesas variáveis}}{\text{quantidade de litros vendidos}} = \frac{R\$ 506.564,22}{106.332 \text{ litros}} = R\$ 4,76 / \text{litro}$$

Assim, com os dados levantados, é possível calcular o ponto de equilíbrio operacional da seguinte forma:

$$q = \frac{CF}{(p - CVu)} = \frac{9.500}{(5,00 - 4,76)} = 39.583,33 \text{ litros}$$

Ainda, segundo SOUZA (2015), é possível fazer este cálculo de uma maneira análoga, utilizando algumas informações já levantadas na DRE, como as despesas fixas, a margem de distribuição e a receita bruta, conforme fórmula abaixo.

$$PE = \frac{\text{despesas fixas}}{\text{margem de contribuição}} \times \text{receita bruta}$$
$$PE = \frac{9.500}{25.094,28} \times 531.658,50 = \text{R\$ } 201.271,19$$

Considerando que o faturamento bruto no valor de R\$531.658,50 corresponde a 100%, o valor acima encontrado como ponto de equilíbrio representa aproximadamente 38%. Assim, de acordo com a própria definição de ponto de equilíbrio, para que a empresa não tenha prejuízo (e nem lucro) ela precisará vender aproximadamente 38% do previsto.

5 ÍNDICES ECONÔMICO-FINANCEIROS DE ANÁLISE

5.1 INDICADORES DE LIQUIDEZ

Segundo ASSAF (2014), “os indicadores de liquidez visam medir a capacidade de pagamento (folga financeira) de uma empresa, ou seja, sua habilidade em cumprir corretamente as obrigações passivas assumidas”.

Para a análise da empresa em questão, a seguir serão definidas e calculadas a liquidez corrente e a liquidez geral.

5.1.1 Liquidez Corrente

Ao dividir o ativo circulante pelo passivo circulante encontra-se a liquidez corrente da empresa. Esse índice apresenta quanto a empresa deve em curto prazo para cada unidade monetária aplicada em direitos circulantes.

$$LC = \frac{\text{ativo circulante}}{\text{passivo circulante}} = \frac{801.854,74}{404.60,46} = 1,98$$

Como a liquidez corrente desta empresa é superior a 1,0, existe um capital circulante (capital de giro) líquido positivo.

Caso ela fosse igual a zero, ocorreria a inexistência deste capital circulante e, por fim, caso a liquidez corrente fosse inferior a 1,0, o ativo circulante seria menor que o passivo circulante, o que indica existência de capital de giro líquido negativo.

5.1.2 Liquidez Geral

Ainda segundo ASSAF (2014), a liquidez geral retrata a saúde financeira da empresa a curto e a longo prazo, uma vez que envolve, além do ativo e passivo circulantes, os exigíveis e realizáveis a longo prazo.

Para caso em estudo, temos como exigível a longo prazo somente o valor da capital integralizado pelos sócios e como realizável a longo prazo, somente o imobilizado. Com esses dados, tem-se:

$$LG = \frac{\text{ativo circulante} + \text{realizável LP}}{\text{passivo circulante} + \text{exigível LP}} = \frac{801.854,74 + 3.800}{404.60,46 + 386.000} = \frac{805.654,74}{790.060,46} = 1,02$$

Analogamente à análise já feita para a liquidez corrente, para cada R\$ 1,00 de dívidas que a empresa possui ela tem R\$1,02 para efetuar o pagamento das mesmas.

5.2 INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO

Estes indicadores são utilizados para aferir a estrutura das fontes passivas da empresa, segundo ASSAF (2014). Ainda, eles ilustram quanto de recursos próprios (patrimônio líquido) e de recursos de terceiros (passivos) são utilizados para financiar os passivos da empresa.

5.2.1 Relação Capital de Terceiros sobre Patrimônio Líquido

Ainda segundo ASSAF (2014), essa relação revela o nível de endividamento (passivos) da empresa em relação a seu financiamento por meio de recursos próprios, dividindo o valor total do capital de terceiros (neste caso, somente os fornecedores) pelo capital próprio (igual ao patrimônio líquido), conforme segue.

$$\text{Relação CT/PL} = \frac{\text{capital de terceiros}}{\text{capital próprio (PL)}} = \frac{404.060,46}{401.594,28} = 1,01$$

O fato de o resultado desta relação ser maior que 1,0 indica que a cada R\$1,00 de capital próprio investido, um valor maior que este (R\$ 1,01, neste caso) precisou ser levantado de capital de terceiros.

5.3 INDICADORES DE RENTABILIDADE

Segundo GROPELLI e NIKBAKHT (2010), os índices de rentabilidade tem fundamental importância para os bons investidores, acionistas e administradores

financeiros pois os mesmos usam seus ativos com eficiência e, por meio do aumento da produtividade, são capazes de reduzir ou de controlar as despesas.

Assim, serão analisados individualmente dois destes indicadores.

5.3.1 Lucratividade (rentabilidade) das vendas

Segundo ASSAF (2010), “este indicador mede a eficiência de uma empresa em produzir lucros por meio de suas vendas”.

Pode ser apurado de duas maneiras: em termos operacionais e em termos líquidos, respectivamente chamados de margem operacional e margem líquida. Como neste caso não existe resultado não operacional (representado por despesas financeiras, receitas financeiras, receitas com venda do imobilizado, etc) o lucro operacional é igual ao lucro líquido.

Segue expressão que calcula tal índice:

$$\text{Margem Operacional} = \frac{\text{lucro operacional}}{\text{vendas líquidas}} = \frac{15.594,28}{25.094,28} = 62\%$$

Como a margem operacional resultou em aproximadamente 62%, pode-se concluir, então, que 38% das receitas de vendas foram utilizadas para cobrir os custos e despesas operacionais (fixas), restando os demais 62% para a realização do lucro ou resultado operacional.

5.3.2 Taxa de Retorno Sobre o Investimento (ROI)

Segundo GROPELLI e NIKBAKHT (2010), esse índice foi desenvolvido por uma companhia privada, para uso interno, porém, é amplamente utilizado e reconhecido por muitas das principais empresas como um meio de medir os efeitos combinados da margem de lucro líquido e do giro do ativo total.

A fórmula a seguir tem o objetivo de comparar a forma pela qual a empresa gera lucros e a forma como usa seus ativos para gerar renda; quanto mais alto o lucro e, conseqüentemente, o ROI, mais os ativos da empresa estão sendo utilizados de maneira eficaz.

$$ROI = \frac{\text{lucro líquido}}{\text{ativo total}} = \frac{15.594,28}{801.854,74} = 2\%$$

Neste caso, o retorno sobre o investimento apresenta-se baixíssimo. Analisando os valores investidos pelos sócios e o retorno mensal que a empresa lhes proporcionará, o prazo de retorno do investimento (*payback*), que é calculado dividindo o investimento total pelo lucro líquido, provavelmente apresentará um período muito longo.

Por outro lado, a aceitação do ROI e do *payback* deverá ocorrer única e exclusivamente por parte dos investidores e é, de certa forma, muito relativa pois estará baseada em experiências anteriores, estudos realizados, análise de riscos e predisposição dos próprios investidores para assumi-los.

6 CONCLUSÕES

Todo empreendedor deve ter como objetivo, antes de efetivamente constituir a nova empresa, colher o maior número de informações relevantes e confiáveis nas quais seja minimamente seguro se basear no momento de analisar o retorno financeiro que o empreendimento em questão poderá apresentar.

Esta pesquisa buscou apresentar detalhes práticos referentes à constituição formal de uma empresa no estado do Paraná, mercado de atuação do empreendimento em estudo. Além disso, foi realizada abrangente pesquisa bibliográfica buscando levantar a tributação incidente sobre uma distribuidora de bebidas (de cervejas, em específico), quando foram analisadas as legislações federal, estadual e municipal vigentes. Em complemento aos custos variáveis, representados basicamente pela tributação e frete, foram estimados também os custos fixos mensais necessários para manter a empresa em funcionamento.

A partir do levantamento dos dados, realizado cuidadosamente para que representasse com a maior fidedignidade possível à realidade atual do país, passando pela elaboração da DRE gerencial e do BP e culminando com a apresentação dos índices econômicos financeiros, esta pesquisa cumpre o objetivo proposto de iniciar o estudo de viabilidade econômico da empresa. Caso estes estudos não forem continuados, então, neste momento pode-se considerar que o empreendimento em questão é viável economicamente pois através de sua operação é capaz de arcar com todos seus gastos mensais e ainda gerar excedentes que poderão ser retirados como lucros pelos sócios.

Para complementação da análise feita até aqui, propõe-se a realização de estudos de mercado específicos que possam apontar com maior precisão o *marketshare* e, conseqüentemente, as projeções de vendas da empresa. Outro ponto que poderá ser mais detalhadamente abordado é a definição do percentual de lucro desejado pelos investidores, que certamente poderá ser melhorado caso alguns pontos chave sejam trabalhados com maior profundidade.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, Alexandre; LIMA, Fabiano Guasti. **Curso de administração financeira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

BRASIL. **Lei Complementar nº 87**, de 13 de setembro de 1996. Dispõe sobre o imposto dos Estados e do Distrito Federal sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação, e dá outras providências. (LEI KANDIR).

BRASIL. **Lei nº 11.580**, de 14 de Novembro de 1996 . Dispõe sobre o ICMS, com base no art. 155, inc. II, §§ 2º e 3º, da Constituição Federal e na Lei Complementar nº. 87, de 13 de setembro de 1996 e adota outras providências.

BRASIL. **Lei nº 13.097**, de 19 de janeiro de 2015. Reduz a zero as alíquotas da Contribuição para o PIS/PASEP, da COFINS, da Contribuição para o PIS/Pasep-Importação e da Cofins-Importação incidentes sobre a receita de vendas e na importação de partes utilizadas em aerogeradores; ... e dá outras providências.

BRASIL. **Lei nº 9.249**, de 26 de dezembro de 1995. Altera a legislação do imposto de renda das pessoas jurídicas, bem como da contribuição social sobre o lucro líquido, e dá outras providências.

BRASIL. **Lei nº 7.689**, de 15 de dezembro de 1988. Institui contribuição social sobre o lucro das pessoas jurídicas e dá outras providências.

BRASIL. **Lei nº 13.169**, de 6 de outubro de 2015. Altera a Lei no 7.689, de 15 de dezembro de 1988, para elevar a alíquota da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido - CSLL em relação às pessoas jurídicas de seguros privados e de capitalização, ... e dá outras providências.

BRASIL. **Lei nº 8.981**, de 20 de janeiro de 1995. Altera a legislação tributária Federal e dá outras providências.

BRASIL. **Lei nº 12.814**, de 16 de maio de 2013. Altera a Lei no 12.096, de 24 de novembro de 2009, quanto à autorização para concessão de subvenção econômica em operações de financiamento destinadas a aquisição e produção de bens de capital e a inovação tecnológica e em projetos de infraestrutura logística direcionados a obras de rodovias e ferrovias objeto de concessão pelo Governo federal; ...

BRITTO, Bernardo Bechara Calmon de. **Estudo de viabilidade econômica para implantação de um restaurante**. 2013. 52 f. Monografia(Graduação) - Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Curso de Ciências Econômicas.

CERVIERI JR., *et al*, 201?. Disponível em:

https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3462/1/BS%2040%20O%20setor%20de%20bebidas%20no%20Brasil_P.pdf. Acesso em: 12 de maio de 2016.

GALHARDO, Alexandre. **Qual metodologia devo optar para apurar o IRPJ: lucro real ou lucro presumido?** 20??. Disponível em: <http://www.portaltributario.com.br/artigos/decisaoirpj.htm>. Acesso em: 10 de maio de 2016.

GROPPELLI, Angelico A; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração financeira**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

Manual de Registro – Empresa Individual de Responsabilidade Limitada - EIRELI. Brasília, 2014. Disponível em:

<http://www.drei.smpe.gov.br/legislacao/instrucoes-normativas/titulo-menu/pasta-instrucoes-normativas-em-vigor-04/in-10-2013-anexo-5-manual-de-registro-de-eireli-08-09-2014.pdf>. Acesso em: 14 de abril de 2016.

Manual de Registro – Sociedade Anônima. Brasília, 2014. Disponível em:

http://www.drei.smpe.gov.br/legislacao/instrucoes-normativas/titulo-menu/pasta-instrucoes-normativas-em-vigor-04/in-10-2013-anexo-3-manual-de-registro-de-sociedade-anonima_08092014.pdf. Acesso em: 14 de abril de 2016.

Manual de Registro – Sociedade Limitada. Brasília, 2014. Disponível em:

http://www.juntacomercial.pr.gov.br/arquivos/File/2014/LEGISLACAO_REGISTRO_MERC/sociedades_limitadas_1.pdf. Acesso em: 14 de abril de 2016.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszcat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005. Disponível em: https://projetos.inf.ufsc.br/arquivos/Metodologia_de_pesquisa_e_elaboracao_de_teses_e_dissertacoes_4ed.pdf. Acesso em: 10 de maio de 2016.

SOUSA, Sidinei de Oliveira. **Aprendizagem Baseada em Problemas: estratégia para o ensino e aprendizagem de algoritmos e conteúdos computacionais**. 2011. 251f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Presidente Prudente. 2011. Disponível em:

http://www2.fct.unesp.br/pos/educacao/teses/2010/sidinei_de_oliveira_sousa.pdf.

Acesso em: 10 de maio de 2016.

SOUZA, Carlos de. **Análise de viabilidade de uma marmoraria**. 2013. 141 f. Monografia (Graduação) - Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Curso de Ciências Econômicas.

SOUZA, Luiz Carlos de, Notas de Aula da Disciplina de Tributação e Viabilidade de Negócios – Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 25 de julho de 2015.

VALLIM, Marcos Banheti Rabello. **Um modelo reflexivo para formação de engenheiros**. 2008.169 f. Tese (Doutorado em Engenharia Elétrica) - Programa de

Pós-Graduação em Engenharia Elétrica, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2008. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/91119/259881.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 10 de maio de 2016.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

YOUNG, Lúcia Helena Briski. **Lucro Real**. Curitiba Ed. Juruá. 5º edição 2009.

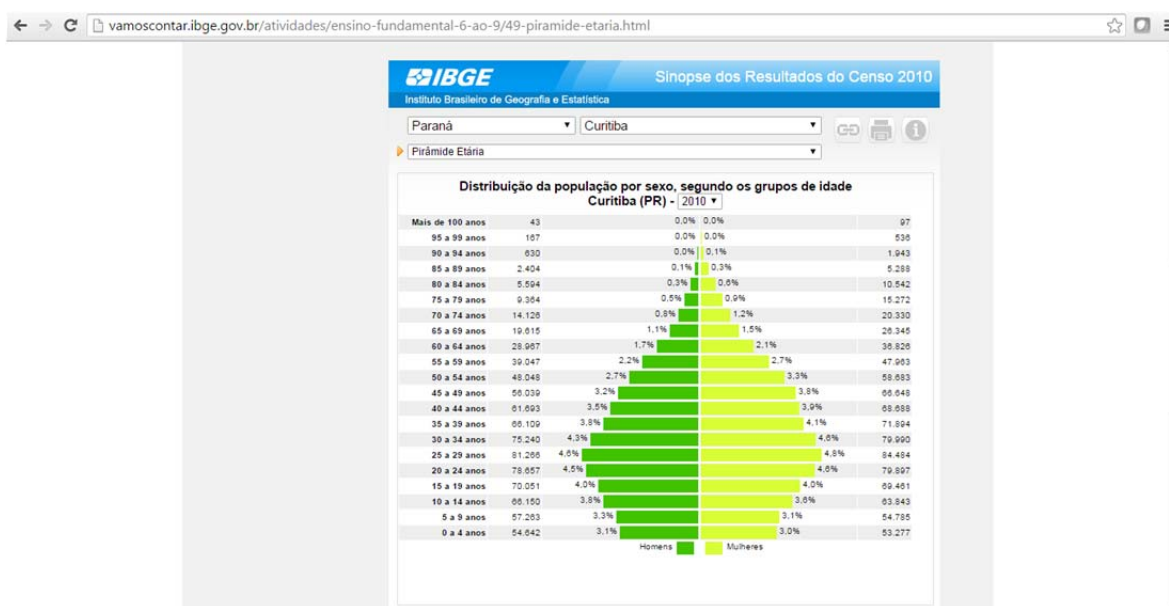
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis. Acesso em: 25 de abril de 2016.

http://www.portaltributario.com.br/guia/lucro_presumido_irpj.html Acesso em: 25 de abril de 2016.

ANEXOS

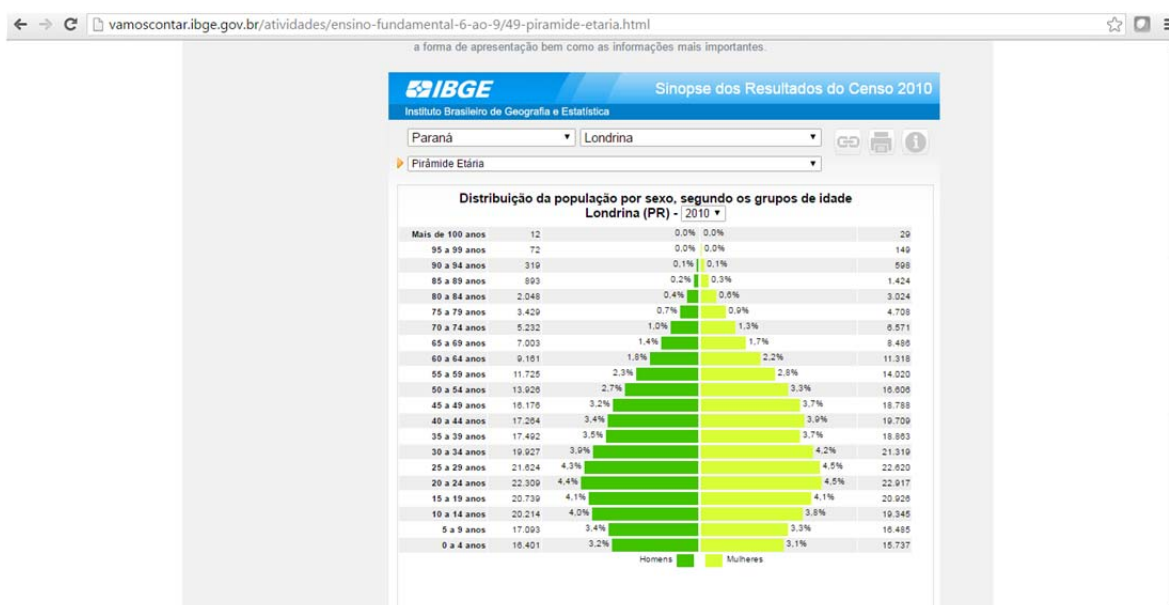
As imagens a seguir são fotografias de tela do computador tiradas no momento das pesquisas de faixa etária das cidades consideradas de atuação da empresa em estudo.

FIGURA 1 – PIRÂMIDE ETÁRIA - CURITIBA-PR



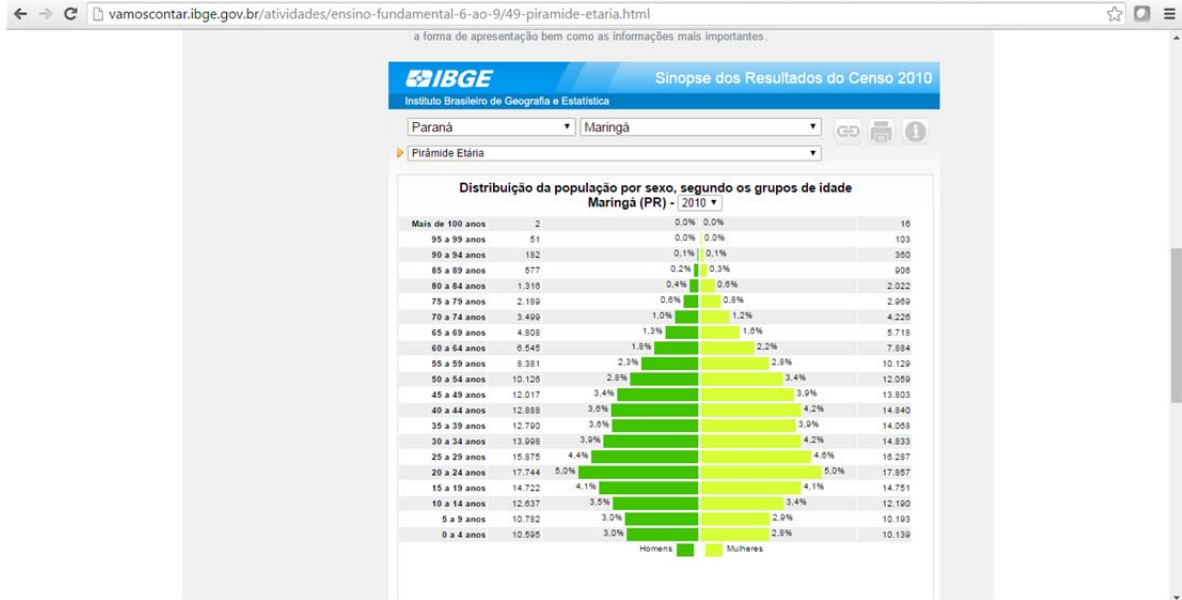
(FONTE: IBGE – CENSO 2010)

FIGURA 2 – PIRÂMIDE ETÁRIA – LONDRINA-PR



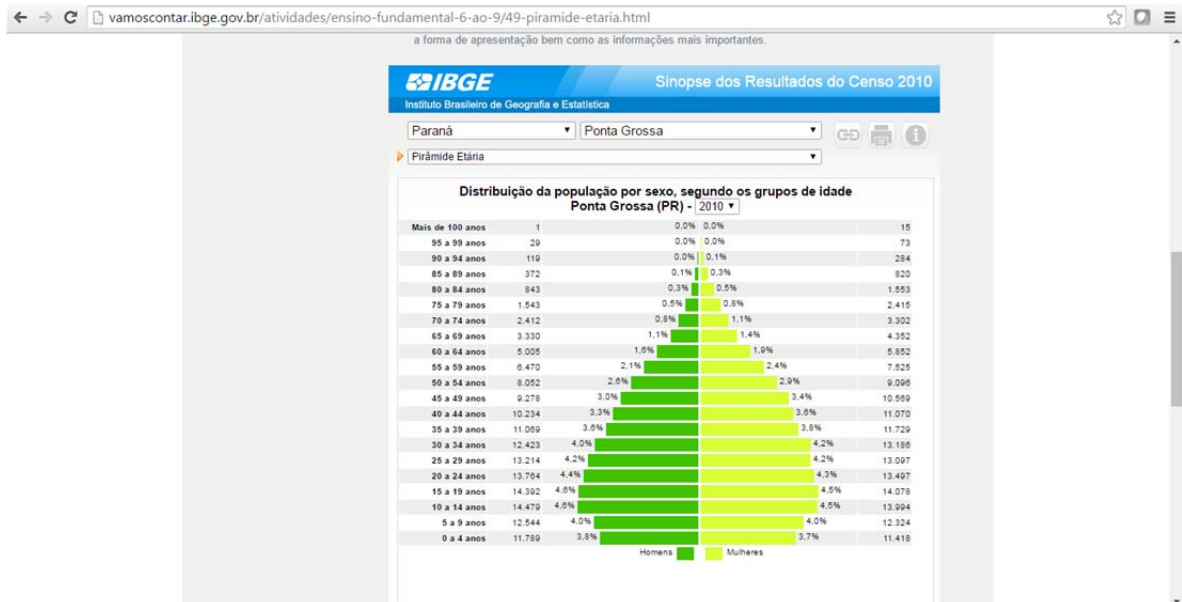
(FONTE: IBGE – CENSO 2010)

FIGURA 3 – PIRÂMIDE ETÁRIA – MARINGÁ-PR



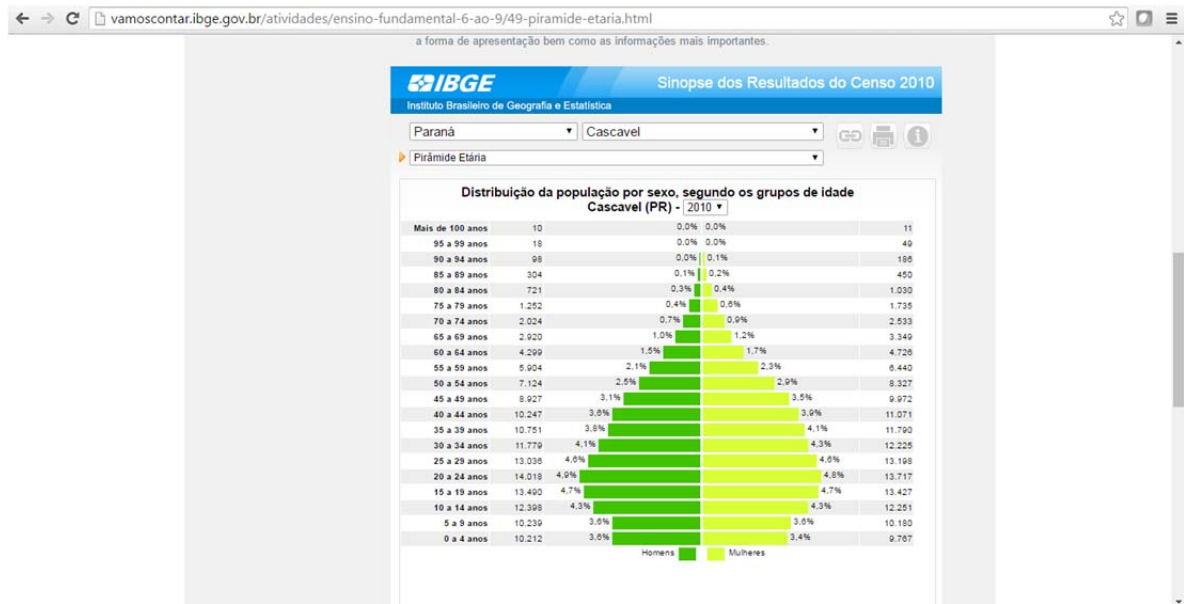
(FONTE: IBGE – CENSO 2010)

FIGURA 4 – PIRÂMIDE ETÁRIA – PONTA GROSSA-PR



(FONTE: IBGE – CENSO 2010)

FIGURA 5 – PIRÂMIDE ETÁRIA – CASCAVEL-PR



(FONTE: IBGE – CENSO 2010)